

## УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Рибальченко С.М., Мармизов І.В.**  
Сумський державний університет

На сучасному етапі вимоги ведення бізнесу потребують адаптації до змін, які відбуваються постійно. Сьогодні жодне торгове підприємство не може бути упевненим, що його переваги не будуть використаними конкурентами. Саме тому, управління конкурентоспроможністю підприємства займає чи не центральне місце у загальній системі управління підприємством. Проте не зважаючи на важливість управління конкурентоспроможністю торгового підприємства єдиного підходу визначення та механізму управління не запропоновано й досі.

Серед вітчизняних учених проблемами конкурентоспроможності займалися: О.І. Амоша, Я.Б. Базилук, М.Г. Белопольський, О.І. Дацій, В.Л. Дікань, А.П. Дударь, Б.В. Губський, Ю.Б. Іванов, В.І. Коршунов, Л.М. та інші.

Питання конкуренції в галузі торгівлі дослідив М. Портер [1], визначивши взаємодію п'яти сил:

- покупці та чинники, які впливають на їхню поведінку;
- поява нових фірм-конкурентів у галузі;
- поява фірм інших галузей, що займаються торговельною діяльністю;
- суперництво вже існуючих конкурентів;
- постачальники товарів.

Як процес конкурентної боротьби, конкуренція може відбуватись ціновими і неціновими методами.

У галузі торгівлі до цінових методів можна віднести знижки або надбавки до ціни. До нецінових – акції, рекламу, методи і форми продажу [2].

Для визначення рівня конкурентоспроможності торгового підприємства розроблено багато методів, і на думку авторів [3], найчастіше використовують:

- метод, що використовує оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства;
- метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів;
- метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції;
- метод самооцінки.

Ці методи ґрунтуються на врахуванні таких елементів, як ефективність комерційної діяльності підприємства, фінансовий стан підприємства, ефективність організації збуту і просування товару на ринку, конкурентоспроможність товару. Але при розрахунку жоден метод не враховує такий елемент, як імідж підприємства.

На сучасному етапі розвитку економіки саме іміджу треба приділяти досить уваги, так як це сформоване пред'явлення цільовій аудиторії про діяльність підприємства, що постійно впливає на взаємини підприємства з його покупцями, іншими підприємствами, установами та організаціями [4].

Таким чином, можна скласти формулу для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства ( $K_{кл}$ ) з урахуванням критерію іміджу компанії:

$$K_{кл} = P_1 E_k + P_2 \Phi_{л} + P_3 E_z + P_4 K_T + P_5 I_k \quad (1.1)$$

де  $E_k$  – значення критерію ефективності комерційної діяльності підприємства;  $\Phi_{л}$  – значення критерію фінансового стан підприємства;  $E_z$  – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;  $K_T$  – значення критерію конкурентоспроможності товару;  $I_k$  – значення критерію іміджу компанії;  $P_1$ ;  $P_2$ ;  $P_3$ ;  $P_4$ ;  $P_5$  – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Такий підхід до визначення рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства є більш точним та об'єктивним, оскільки враховує не тільки власне уявлення про досягнутий рівень конкурентоспроможності, а ще й реальне відображення всіх конкурентних зусиль підприємства на ринку, результатом якого є певне сприйняття споживачами.

Проведені дослідження конкурентоспроможності торгового підприємства можна взяти за основу для подальшого визначення і вивчення методів оцінки конкурентоспроможності торгового підприємства та ефективних інструментів управління її рівнем.

1. Портер, М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. [Текст] / М. Портер Пер. з англ. А. Олійник та Р. Сільський. – К.: Основи, 1997. – 390 с. – Бібліогр.: с 378 – 381.

2. Спіріна М.В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства. [Текст] / М.В. Спіріна // Актуальні проблеми економіки, 2004. – № 8(38). – С. 176-182.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] / Клименко С. М., Барабась Д. О., Омеляненко Т. В., Дуброва О. С., Вакуленко А. В. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

4. Лупак, Р. Л. Конкурентоспроможність торговельного підприємства та механізм її забезпечення [Текст] : Автореферат... к. економічних наук, спец.: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / Р. Л. Лупак. — Львів : Укоопспілка Львівська комерційна академія, 2008. — 21 с.